

NET
MARKETING
CO. LTD.

株式会社ネットマーケティング

決算補足説明資料

2019年6月期決算 第2四半期

Contents

1



決算概要

2019年6月期 第2四半期

2



Appendix

マーケット環境

1

2019年6月期 第2四半期
決算概要



NET
MARKETING
CO., LTD.



コーポレート

- 8/10 中期経営計画発表 戦略投資を含む3カ年計画を発表
- 9/27 定時株主総会開催 初配当の実施
- 9/27 役員人事発表 役割分担の明確化と経営の機動性等の向上
コーポレート・ガバナンスの一層の強化
- 11/2 第三者割当による新株予約権の発行及び時価発行新株予約権信託を導入

全社

- 第2四半期業績（累計）の上方修正
※通期業績予想の修正はなし

メディア事業



Omiaiの業績が順調に推移。

Omiai ▶ 10月～12月 プロモーション戦略の見直し
マーケティングの最適化へ取り組み、下期効率的な集客を再開
広告手法の多様化や出稿媒体の拡大など市場環境の変化へ対応
地方自治体と連携した社会課題への取り組み（ESG活動）

QooN ▶ 3月28日サービス終了（詳細は2月12日の開示資料をご参照下さい）

国内のオンライン恋活・
婚活マッチングサービス
市場規模予測

上方修正 ↑

詳細 P.20

事業

広告事業



季節要因はあるものの業績が好調に推移。

- 既存案件のアップセル／利益成長を重視した営業活動の継続
- SNS広告への取り組み強化・育成中

1 「QooN」サービス終了について



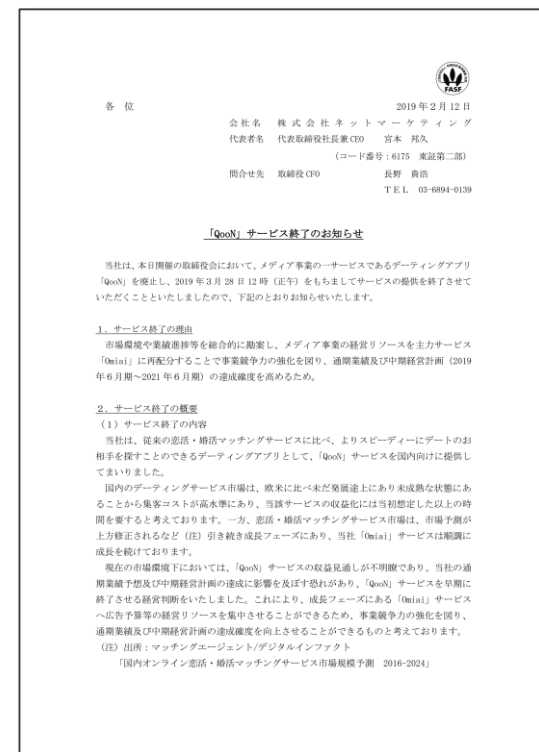
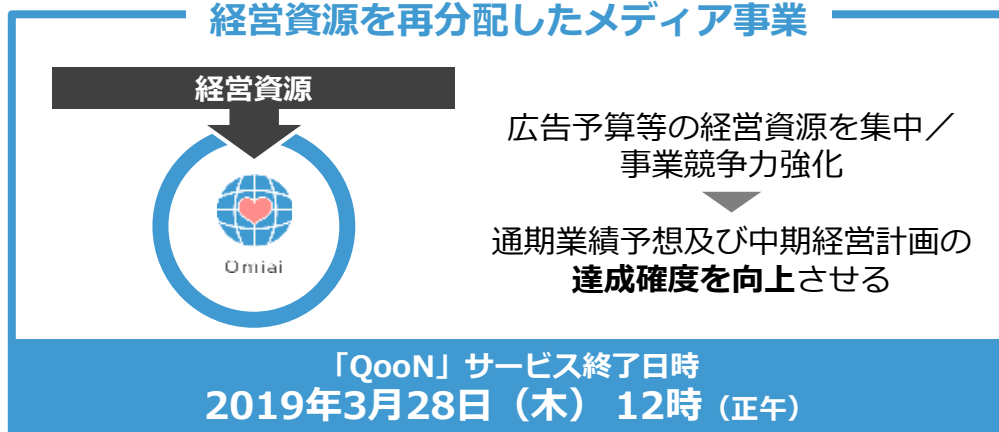
NET
MARKETING
CO. LTD.

「QooN」サービスを終了し、 主力サービス「Omiai」に経営資源を集中

現在のメディア事業



経営資源を再分配したメディア事業



2019年2月12日開示

『「QooN」サービス終了のお知らせ』

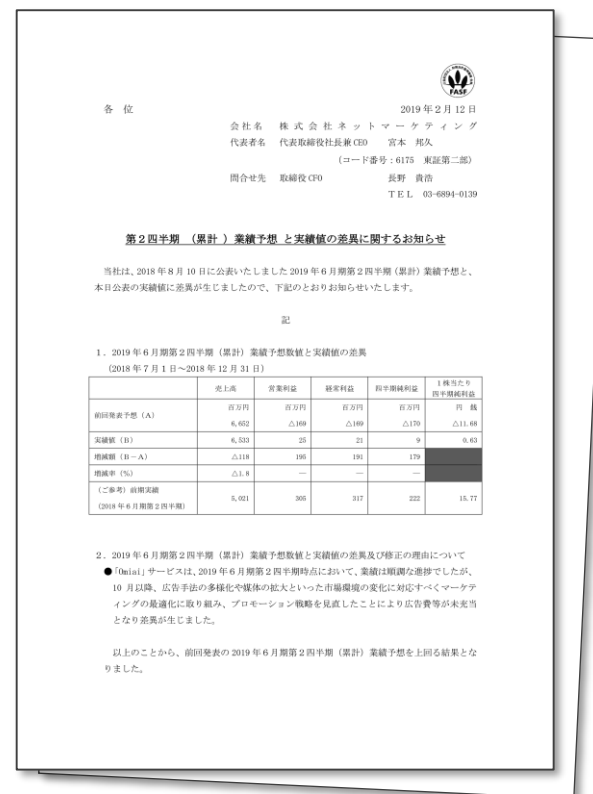
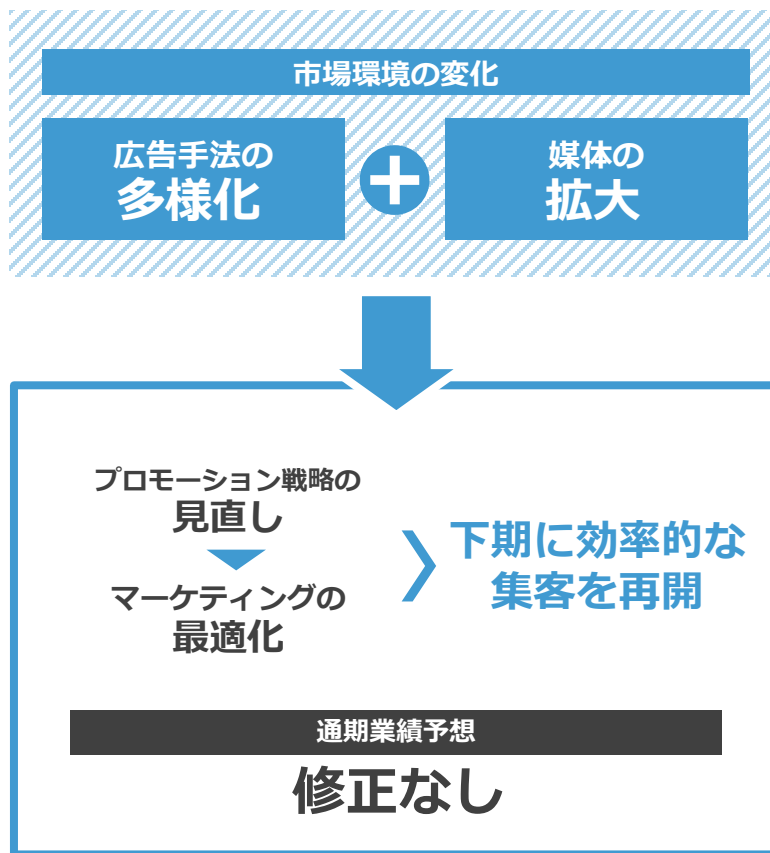
※当該サービスの終了が2019年6月期の業績に与える影響は軽微であります。また、当社中期経営計画につきましては、計画値の修正はありません。今後、業績や戦略に重要な影響が見込まれる場合は、明らかになり次第お知らせいたします。

1 上期業績予想と実績値の差異について



NET
MARKETING
CO. LTD.

プロモーション戦略を見直し、市場の変化に対応 マーケティングを最適化し、下期効率的な集客を再開



各位
2019年2月12日
会社名 株式会社ネットマーケティング
代表者名 代表取締役社長兼CEO 宮本 邦久
(コード番号: 6175 東証第二部)
問合せ先 取締役 CFO 長野 貴浩
TEL 03-6894-0139

第2四半期（累計）業績予想と実績値の差異に関するお知らせ

当社は、2018年8月10日に公表いたしました2019年6月期第2四半期（累計）業績予想と、本日公表の実績値に差異が生じたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 2019年6月期第2四半期（累計）業績予想数値と実績値の差異 (2018年7月1日～2018年12月31日)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益	1株当たり 四半期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円
前回来予想 (A)	6,452	△169	△189	△179	△11.88
実績値 (B)	6,533	25	21	0	0.00
増減額 (B-A)	△118	195	190	179	
増減率 (%)	△1.8	—	—	—	
(ご参考) 前期実績 (2018年6月期第2四半期)	6,911	306	317	222	13.77

2. 2019年6月期第2四半期（累計）業績予想数値と実績値の差異及び修正の理由について
●「Omia」サービスは、2019年6月期第2四半期時点において、業績は順調な推移でしたが、10月以降、広告手法の多様化や媒体の拡大といった市場環境の変化に対応すべくマーケティングの最適化に取り組み、プロモーション戦略を見直したことにより広告費等が未査定となり差異が生じました。

以上のことから、前回来表の2019年6月期第2四半期（累計）業績予想を上回る結果となりました。

2019年2月12日開示

『第2四半期（累計）業績予想と実績値の差異に関するお知らせ』

2Q累計は、売上高がほぼ業績予想どおり、 利益面は業績予想を大幅に上回る進捗

単位：百万円	第2四半期実績	第2四半期業績予想	第2四半期業績予算比 増減額	通期業績予想
売上高	6,533	6,652	▲118	14,465
営業利益	25	▲169	+195	373
経常利益	21	▲169	+191	372
四半期純利益	9	▲170	+179	258
期末配当金 (配当性向)	0円	0円	-	5円 (28.2%)

メディア事業で集客プロモーションの戦略を見直し (10-12月)
広告費等の未充当

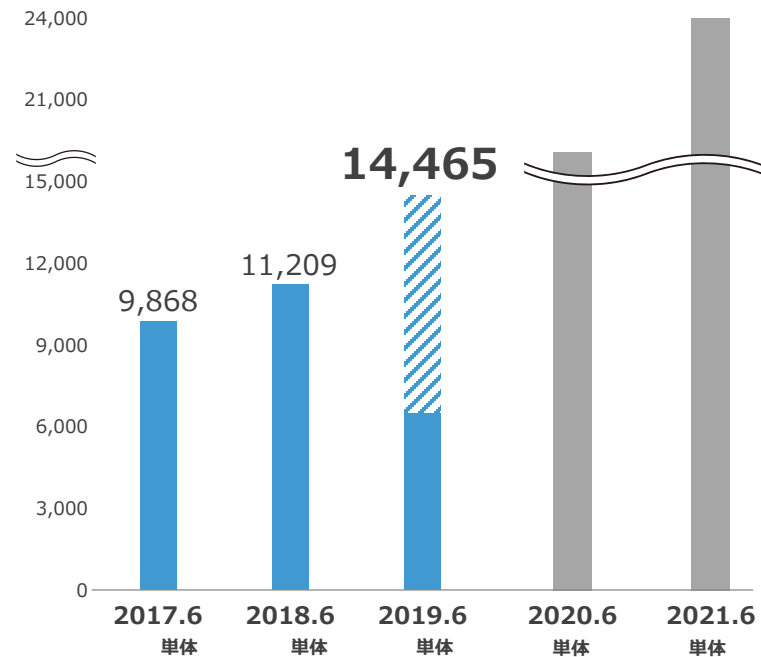
マーケティングの最適化により
下期に効率的な集客を再開

通期予想は
変更なし

通期業績予想では、売上高45.2%の進捗

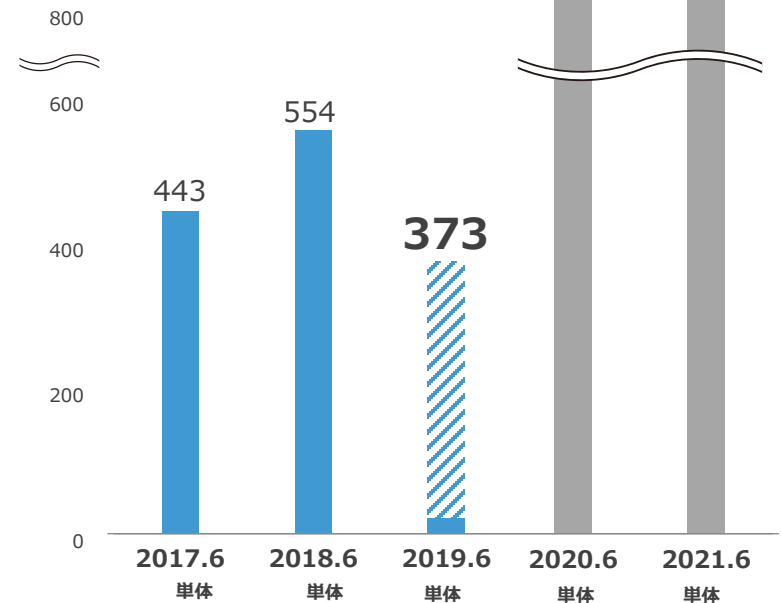
売上高

(百万円)



営業利益

(百万円)



※ 2017年6月期、2018年6月期は連結として決算発表しておりましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。

全社売上高は前期比30%増の成長性

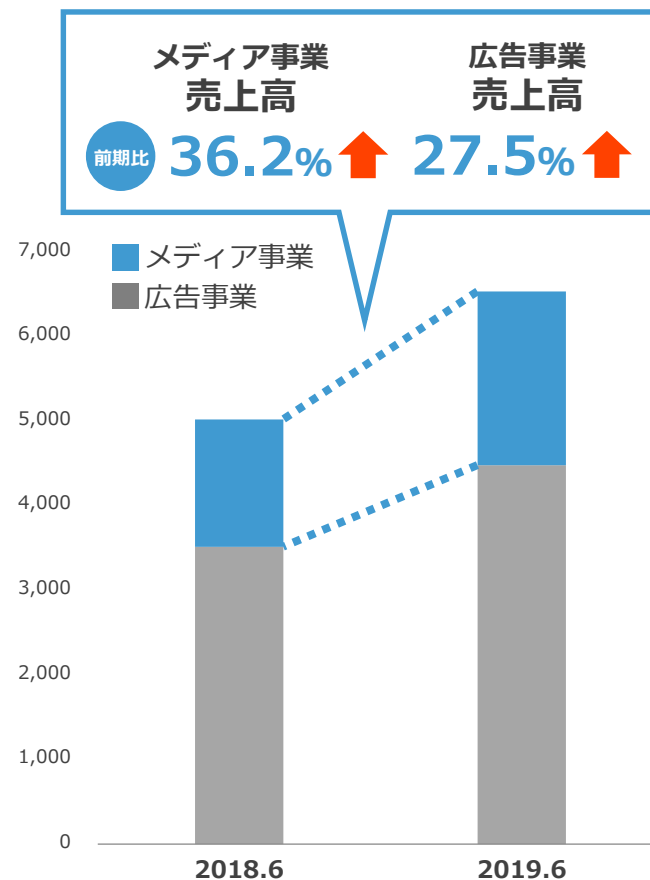
営業利益等は今期投資フェーズのため前期比減

単位：百万円	2019.6 第2四半期	2018.6 第2四半期	前期比増減額
売上高	6,533	5,021	+1,511
売上総利益	1,953	1,516	+436
粗利率（売上総利益/売上高）	29.9%	30.2%	
営業利益	25	305	▲279
営業利益率（営業利益/売上高）	0.4%	6.1%	
経常利益	21	317	▲295
四半期純利益	9	222	▲213

※ 2018年6月期は連結として決算発表しておりましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。

メディア事業 (Omiai)、広告事業とも大幅増収

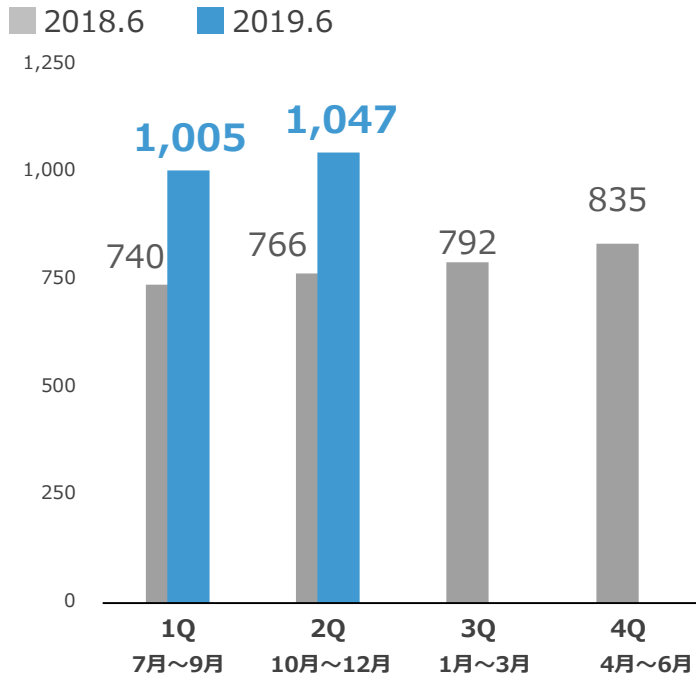
単位：百万円	2019.6 第2四半期	2018.6 第2四半期
メディア事業		
売上高	2,053	1,507
営業利益	▲18	263
利益率 (営業利益/売上高)	-	17.5%
広告事業		
売上高	4,480	3,514
営業利益	314	266
利益率 (営業利益/売上高)	7.0%	7.6%
調整額		
売上高	-	▲0
全社費用	▲269	▲224



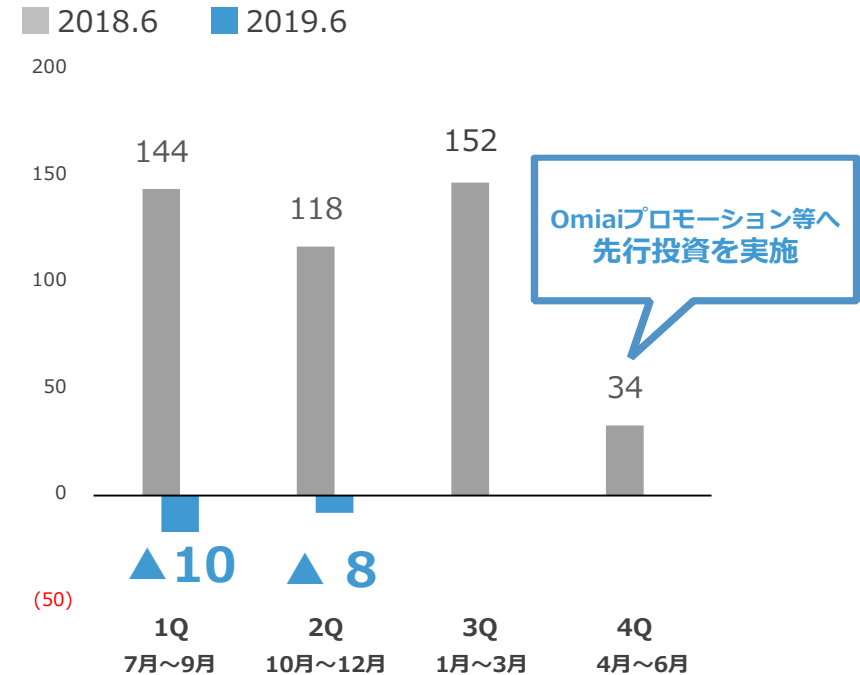
※ 2018年6月期は連結として決算発表しておりましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。

売上高は前年同期比36.6%増

売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)

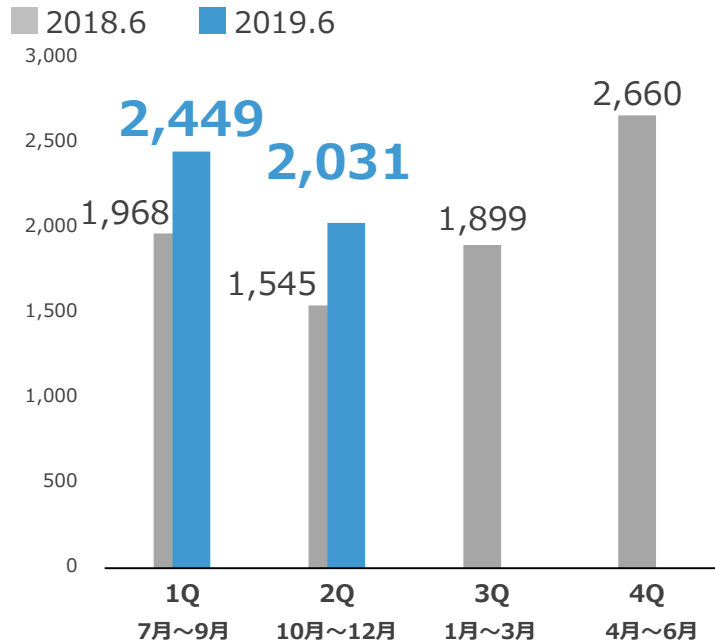


※ グラフの値は、部門における「調整額」の金額を含めた数字を表示しております。

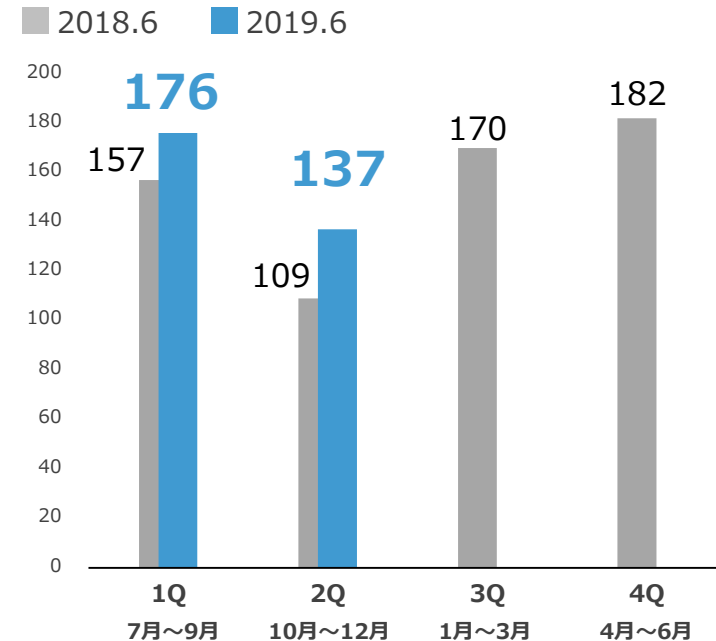
※ 2018年6月期は連結として決算発表しておりましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。

売上高・営業利益ともに順調

売上高 (百万円)



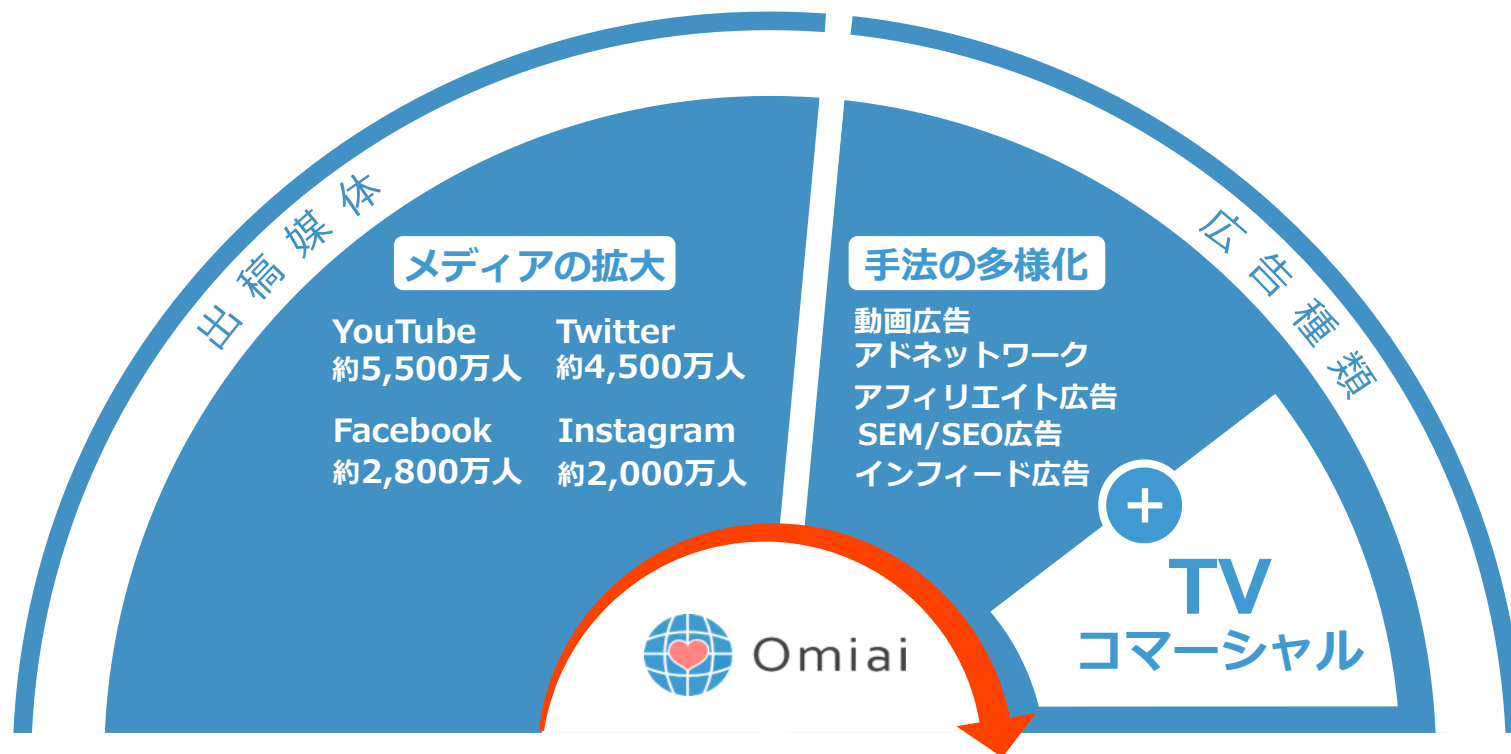
営業利益 (百万円)



※ グラフの値は、部門における「調整額」の金額を含めた数字を表示しております。

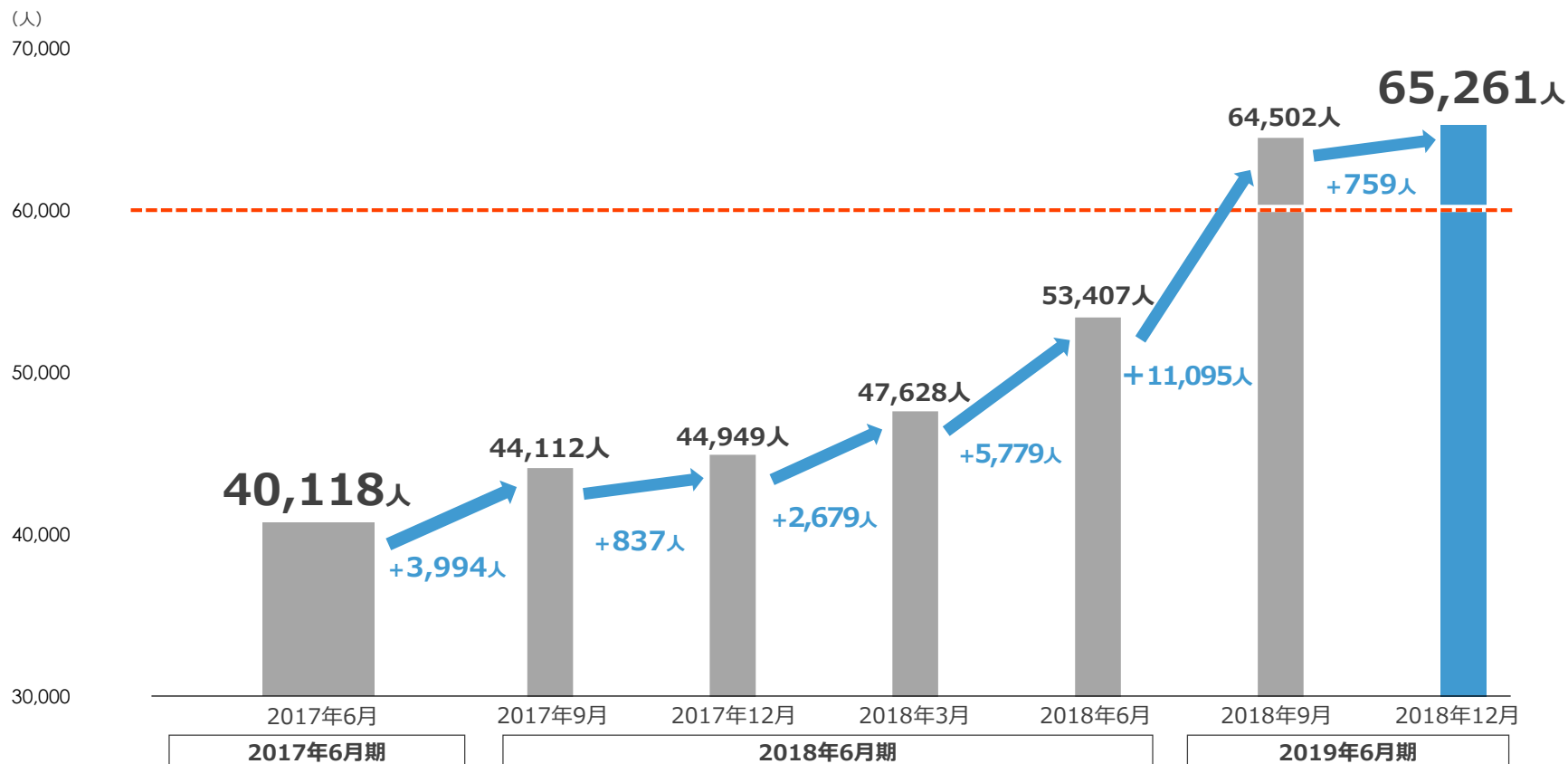
※ 2018年6月期は連結として決算発表しておりましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。

広告手法の多様化や媒体の拡大等市場環境が変化 マーケティングの最適化に取り組む



※YouTubeはニールセン調べ、その他は各社公式発表を参照
 ※Facebook・InstagramはMAU、Twitter・YouTubeは月間利用者数で記載

マーケティングの最適化により、 下期効率的な集客を再開

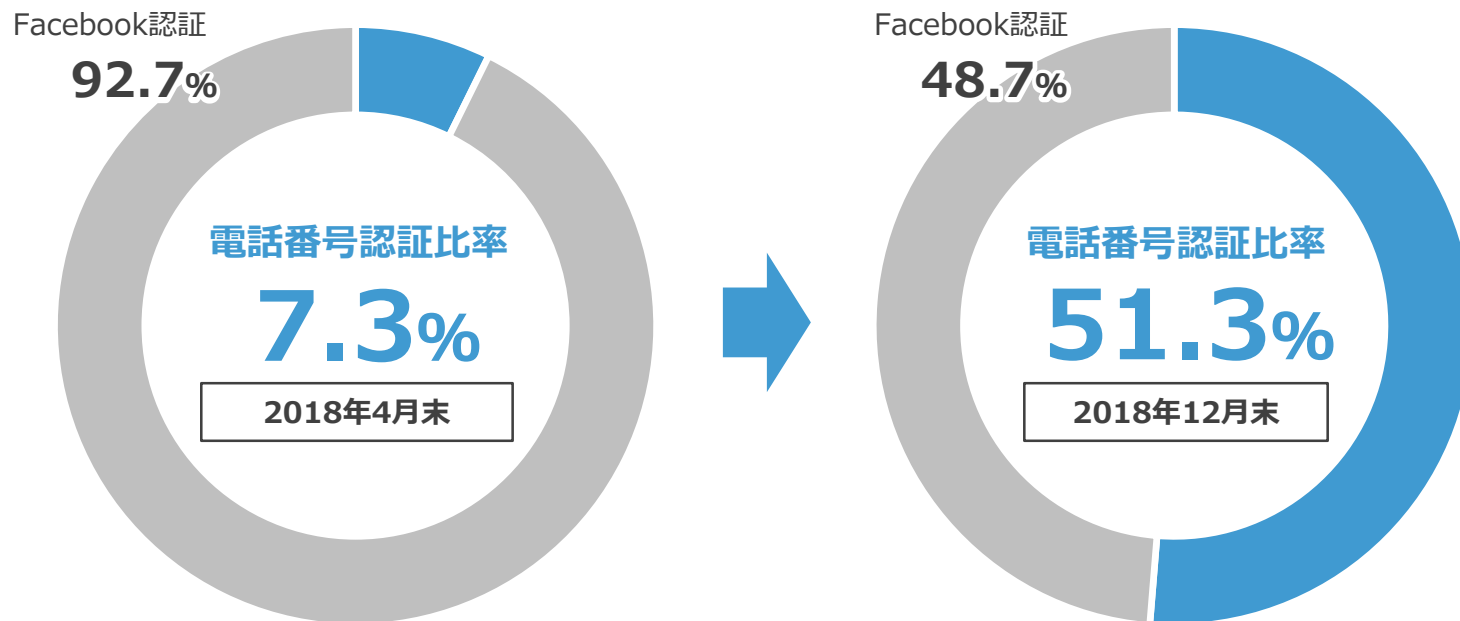


有料会員数

月額サービスをご利用いただいている会員数（月額サービスの利用がなく、ポイント・プレミアムパックのみ購入されている会員は除く）

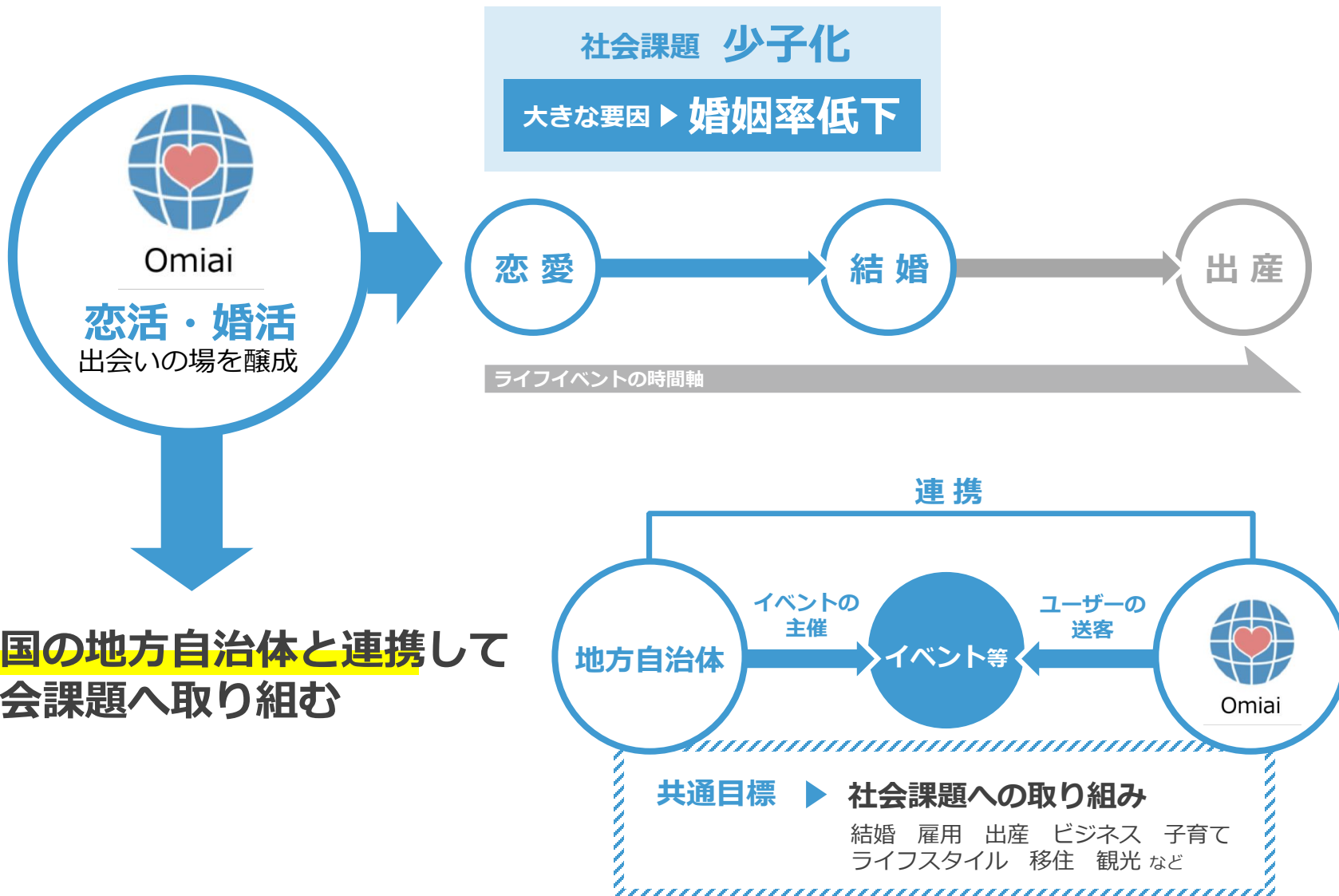
アカウント登録時の電話番号認証比率が上昇 Facebookへの依存度が低下

新規会員の認証別構成比※



※ 「Omiai」アカウント登録時の認証方法として「Facebook」「携帯電話番号」のいずれを使用しているかを示す構成比

1 社会課題への取り組み 地方自治体との連携



全国の地方自治体と連携して
社会課題へ取り組む

1 地方自治体との連携



NET
MARKETING
CO. LTD.

第2弾

「出雲市 総合政策部 縁結び定住課主催」

出雲×Omiai 縁結びパーティー in表参道を開催



出雲市
IZUMO



Omiai

開催日 2019年2月9日

参加者 (予定) 60人 男性 30人 女性 30人



出雲市ホームページより

過去事例

第1弾 岡山県 × 岡山盛り上げよう会 × Omiai

開催日 2018年8月25日

参加者 58人 (男性28人/女性30人)



「岡山Omiai 婚活Party」 (開催場所：東京・新橋)

2

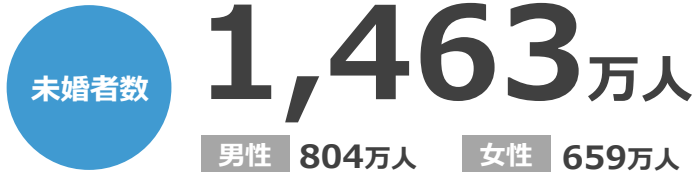
Appendix

マーケット環境資料



NET
MARKETING
CO. LTD.

日本の20代・30代男女数

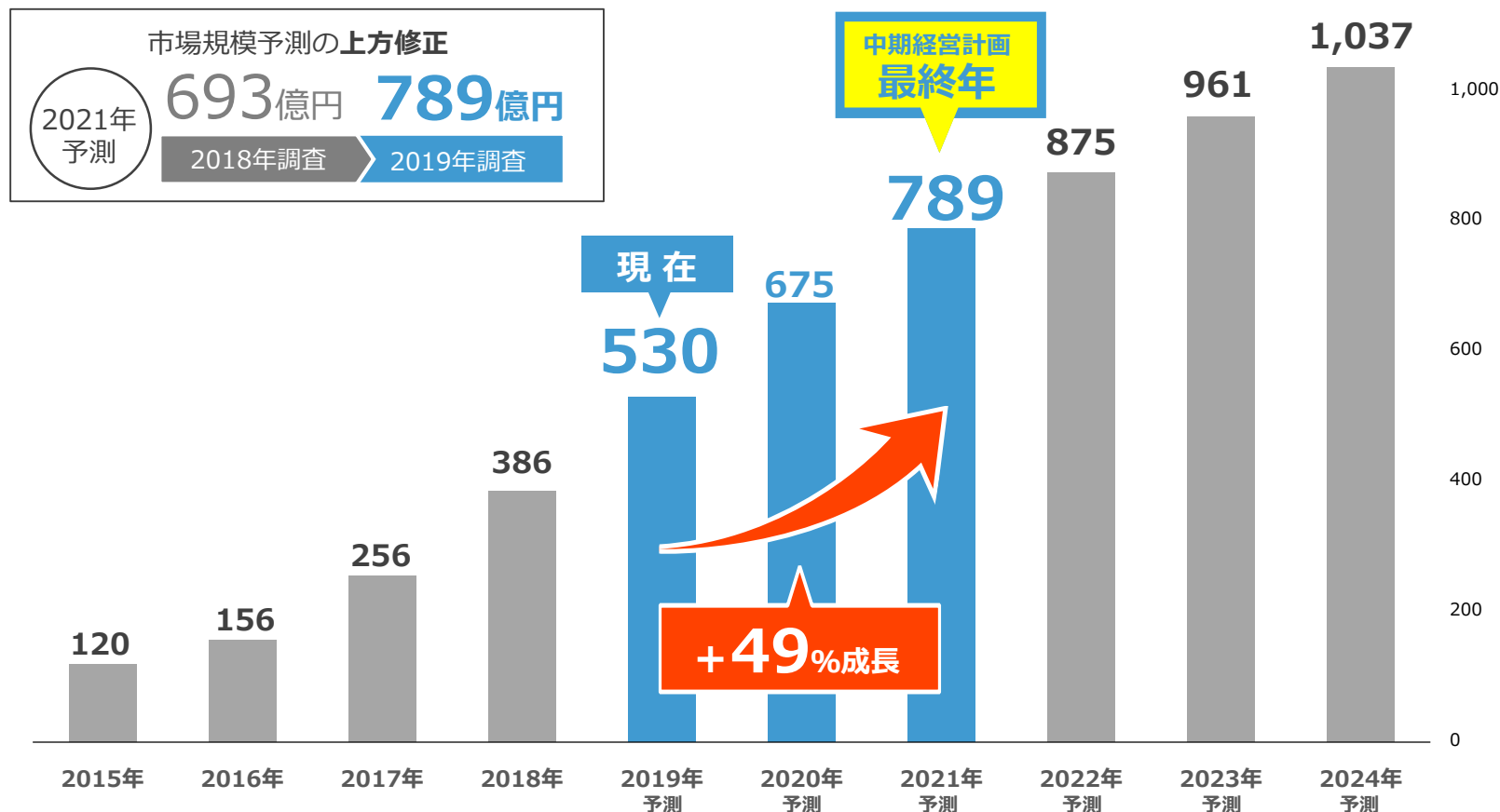


Facebookユーザー 約2,800万人 + 非Facebookユーザー 約7,200万人

※「平成27年国勢調査人口等基本集計結果」（総務省）を基に当社作成

2021年に向かって約50%成長の高成長市場

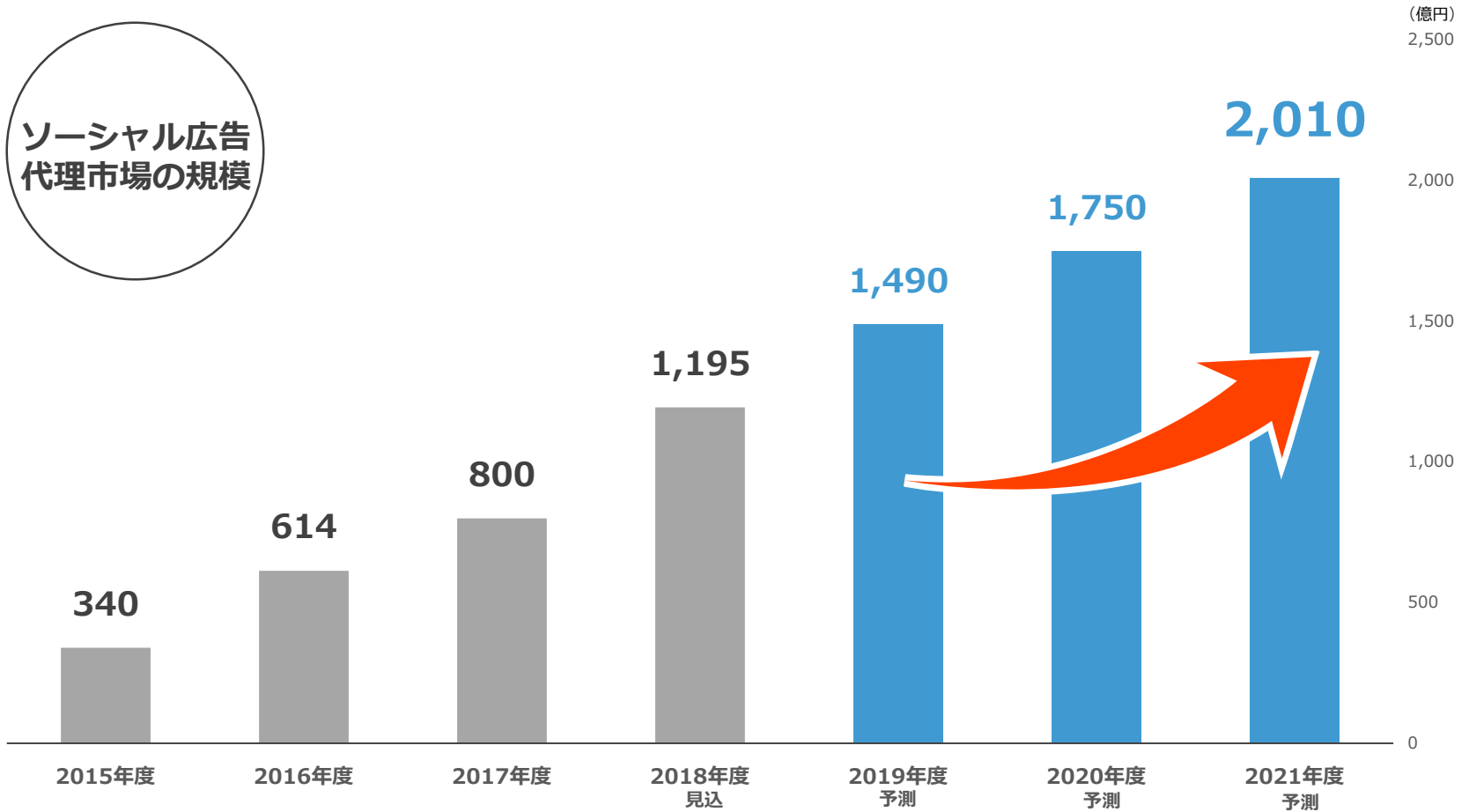
1,200 (億円)



出典：マッチングエージェント/デジタルインファクト
「国内オンライン恋活・婚活マッチングサービス市場規模予測 2016-2024年」より当社作成

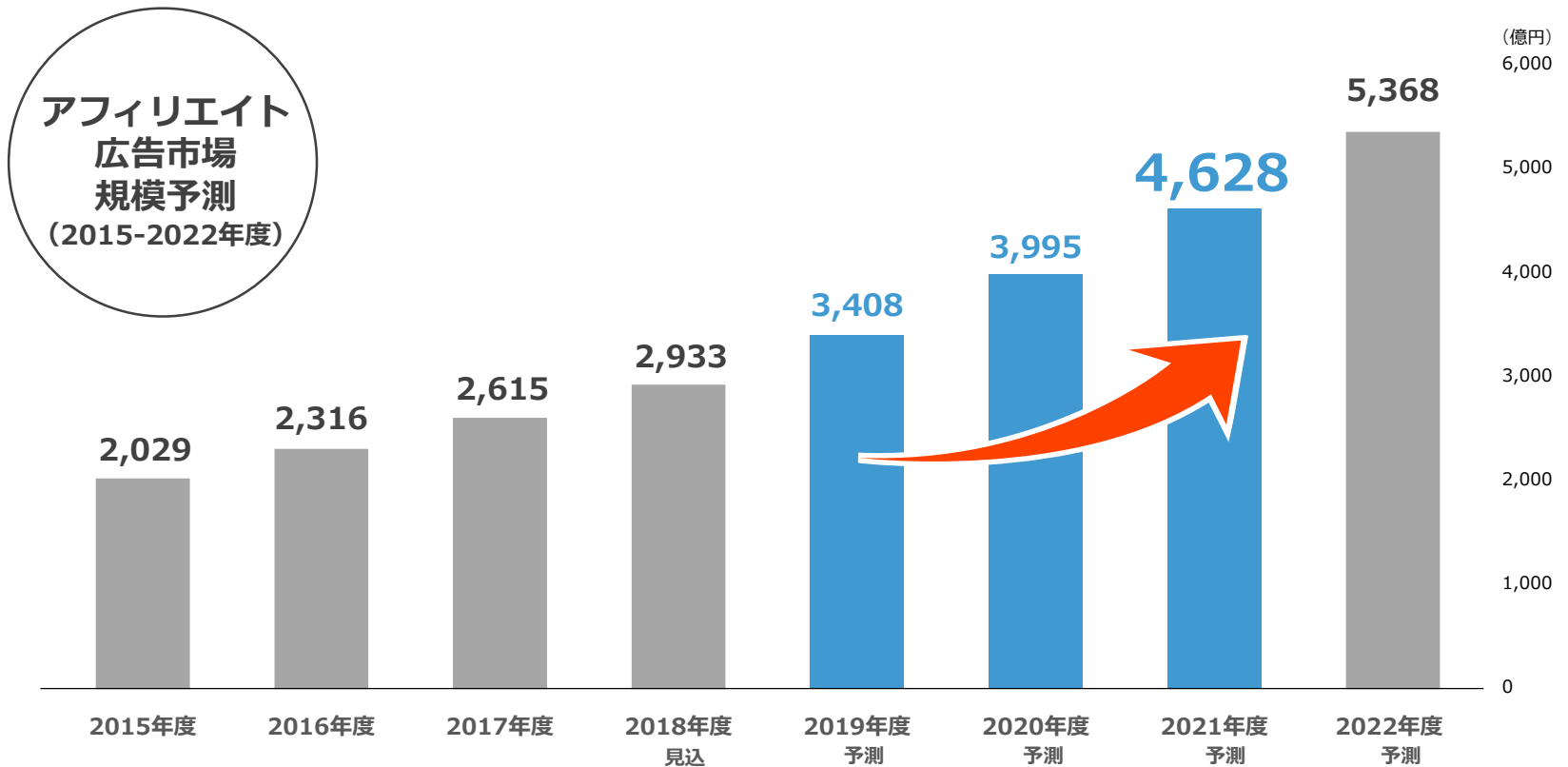
2021年に向かって約35%の成長市場

ソーシャル広告
代理市場の規模



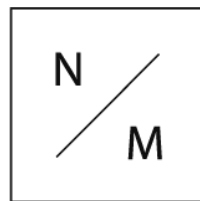
出典：「ミック経済研究所2018」より当社作成

2021年度に向かって 安定成長が見込まれる市場



出典：矢野経済研究所『アフィリエイト市場の動向と展望 2019』

注：2018年度は見込値、2019年度以降は予測値（2018年12月現在）。アフィリエイト広告の成果報酬額、手数料、諸費用などを合算し、市場規模を算出した。



NET
MARKETING
CO. LTD.

当資料は、株式会社ネットマーケティング（以下、当社）の現状をご理解いただくために当社が作成したものです。当資料に含まれる情報は当社内の知見及び当社が入手可能な公開情報等から引用したものであり、これらの正確性について当社は保証しません。また、当社の実際の業績は今後の様々な要因によって異なる可能性があります。